

© Волкова О.А.
Volkova O.A.

ТРУД В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКЕ ГОСУДАРСТВА: ДЕЛТИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД

PLAVOR IN THE SOCIAL AND ECONOMIC STATE POLICY: THE DELTIOLOGICHESKY APPROACH

Аннотация. Автор статьи предлагает использовать анализ филокартического материала для анализа динамики изменения ценностных ориентиров социально-экономической политики государства.

Annotation. The author suggests to use the analysis of filocartichesky material for the analysis of change dynamics of valuable reference points of a social and economic state policy.

Ключевые слова. Филокартический материал, открытки, картофилия, дизайн, политика, экономика, ценности, праздник Первого мая.

Key words. Filocartichesky material, cards, kartofilia, design, a policy, economy, values, First of May holiday.

Раскрытие ценностных ориентиров социально-экономической политики государства потенциально осуществимо на основе исследования иллюстрированных подарочных карточек (почтовых открытых писем, электронных открыток, рекламных карточек, буклетов, визиток, мини-календарей, непочтовых поздравительных и подарочных карточек). Богатство и неизученность соответствующих источников позволяет перейти к постановке вопроса о введении в научный оборот визуального филокартического материала. Это намечает новые пути к пониманию прошлого и настоящего через обогащение исследовательского дизайна.

Долгое время, начиная с 1920-х гг., когда на страницах отечественной периодики появились первые серьезные публикации об открытках, в России сосуществовали два термина, определявших направление коллекционирования иллюстрированных открытых писем, — «картофилия» и «филокартия» [1]. Толкование закрепившегося в России понятия «филокартия» появилось в Большой Советской энциклопедии в 1977 г. и было так обозначено крупными филокартистами и исследователями М.С. Забоченом и Н.С. Тагриным: (от греч. philéo — люблю и лат. carta, charta (греч. chártes) — бумага, исписанный лист, книга) коллекционирование, как правило, иллюстрированных, почтовых карточек (открыток)

[2]. Это известное определение трактует открытки только как почтовые карточки или открытые письма, предназначенные для посылки по почте в открытом виде. В энциклопедическом издании 1994 г., посвященном железнодорожному транспорту, филокартия также была определена как «коллекционирование открыток» [3]. На рубеже XX-XXI вв. в издании 1999 г. филокартия все еще традиционно трактуется только как «коллекционирование художественных открыток» [4], хотя в этом же источнике филателия представляется также и в исследовательском аспекте: «коллекционирование и изучение почтовых и гербовых марок, конвертов с марками и штампами и т.п.» [4]. Хотя у некоторых специалистов в области геральдики и филокартии последние все еще ограничиваются пониманием в узком смысле как «подбор и хранение художественных и почтовых карточек, как правило, стандартных размеров» [5]. И это при том, что в своих работах автор ставит акцент не на вопросах коллекционирования, а на исследовательском аспекте. Подобные противоречия демонстрируют дискуссионный характер рефлексии статуса филокартии в научном знании. Ситуация отражает процесс трансцендентального выхода иллюстрированных подарочных карточек из области коллекционирования и интеграцию в научный дискурс. Предположение о том, что сегодня филокартия пе-

Волкова Ольга Александровна – доктор социологических наук, доцент, заместитель директора Саратовского государственного технического университета в г. Балашове, тел. + 7 (84545) 2-33-87.

Volkova Olga Aleksandrovna – Doctor of sociological sciences, Senior lecturer, Deputy director on science and communication with Branch GOU VPO enterprises «Saratov state technical university» in Balashov, tel. + 7 (84545) 2-33-87.

перосла этап коллекционирования, подтверждают современные публикации по истории открытых писем. В 1999 г. исследователи-коллекционеры М.С. Забочень и М.Д. Филин отметили, что употребляют термин «филокартия» уже в более «современном, расширительном значении: филокартия — это и коллекционирование открытых писем, и их изучение, молодая наука» [6]. Тенденция наблюдается и в Интернете: филокартия начинает рассматриваться и как коллекционирование, и как изучение иллюстрированных почтовых открыток (с репродукциями произведений искусства и оригинальных — поздравительных, рекламных, фотоизображений и т.п.). Новое формирующееся направление современной науки находится на стыке целого ряда дисциплин, таких как социальная, политическая и экономическая история, источниковедение, визуальные исследования, искусствоведение и др.

Однако не все исследователи в области истории открытых писем согласны с семантическим расширением традиционного понимания «филокартии». Отечественный исследователь А.Н. Ларина считает целесообразным для обозначения новой вспомогательной исторической дисциплины заимствовать термин «делтиология» (*deltiology*), введенный в научный оборот американским исследователем Р. Рходесом [7] и устоявшийся в зарубежной англоязычной практике Европы и Америки. По мнению автора, лишь под делтиологией можно подразумевать научное направление, охватывающее теорию, методику и технические приемы создания и использования открытых писем. По А.И. Лариной, задача делтиологии, по сравнению с филокартией, может быть определена шире — как изучение открытых писем во всем их многообразии, разработка единой терминологии и типологии открыток, их классификации [8]. Непатриотизм отечественного историка, с одной стороны, приводит в замешательство, с другой — способствует интернационализации терминологии. О расширенном семантическом поле заимствованной лексики пишет также А.А. Шестимиров, отмечая, что зарубежный термин «делтиология», родственный отечественному «филокартия», обозначает изучение и коллекционирование маленьких картинок и открыток, то есть не отрицает другие карточки, похожие на открытки [9]. Таким образом, ученый ставит акцент на трансцендентальности объекта филокартического исследования. Дискуссия ведется по сегодняшний день, но тенденция, наблюдаемая темпорально (во временном аспекте), такова: если в автореферате диссертации 1995 г. речь идет о развитии филокартии как научной дисциплины [10], то в другом автореферате, появившемся немногим позднее, в 2004 г., уже поднимается тема пе-

рехода отечественных филокартических исследований в область делтиологии [8].

Реальный процесс отражается не только на страницах научных текстов, но и в Интернете, где «делтиология в отличие от филокартии — научная вспомогательная историческая (источниковедческая) дисциплина и предполагает профессиональный подход. И в общем очень хочется из филократистов перекалфицироваться в делтиологи» [11]. На сайте «Антикварный Интернет» находим: «На Западе существует наука делтиология, которая изучает историю, эстетику и символику открыток. Ученые, исследуя открытку, пытаются постичь феномены общественного сознания прошедших эпох».

Отечественная источниковедческая база дисциплины практически не изучена. Но в настоящее время исследования в данном направлении развиваются достаточно активно и можно говорить о становлении новой научной дисциплины, занимающейся изучением иллюстрированных подарочных карточек во всем их многообразии. В данной работе предлагается рассматривать отечественную филокартию как часть делтиологии.

Проводимая аналогия позволяет интегрировать некоторые специфические лингвистические термины в методологию визуальных исследований. Проводя анализ нелинейных мыслительных конструкций, В. Сысоев вводит в современный научный арсенал элемент «визуальный оксюморон» [12]. Данная форма репрезентации очень характерна для объектов филокартии/делтиологии.

В качестве особого семантического типа словосочетаний оксюморон трактуется как «стилистическая фигура, состоящая в соединении двух понятий, противоречащих друг другу, логически исключающих одно другое» [13]. Академик П.А. Николаев в словаре по литературоведению уточняет, что оксюморон — «сочетание, казалось бы, несочетаемых явлений, на самом деле это смысловая образная единица, имеющая серьезное значение» [14].

Противоречивость приема подчеркивается в Интернет-ресурсах: «Фундаментальной электронной библиотеке» и «Электронной энциклопедии». Термин античной стилистики «оксюморон» (др.-греч. *οξύμωρον*, буквально — остроумная тупость) — стилистическая фигура, или стилистическая ошибка — сочетание слов с противоположным значением. Для создания стилистического эффекта характерным для оксюморона является намеренное использование противоречия [14], «нарочитое сочетание противоречивых понятий» [15].

В психологическом дискурсе оксюморон представляет собой способ разрешения необъяснимой ситуации [16]. Оксюмороны располагают к когнитивной ак-

тивности, поскольку «содержат взаимоисключающие части, создающие рефлексивный диссонанс» [12].

Значение оксюморонного сочетания базируется на семантике главного слова, словосочетания или ключевого образа, а зависимое слово (второстепенный образ, образ второго плана) актуализирует противоречащие конструкты, создавая новое понятие/образ. Такое сочетание создает новое представление и кажется абсурдным, но на деле подчеркивает противоречивую природу объекта описания. Это противоречие задается, затем разрешается, т.е. нарушение логической нормы в оксюмоне только видимость. Эта фигура употребительна, так как связана с необходимостью создания путем сочетания контрастных значений выразительного образа, приковывающего внимание адресата и увеличивающего смысловой вес сочетания. Научная рефлексия позволяет выделить два принципиально разных подхода: логический и интуитивный. Заключению наиболее подвержен логический стиль размышления [12]. Вербальные, визуальные и вербально-визуальные оксюмороны могут быть мощным гипнотическим средством, инструментом внедрения иллюзорных представлений о мире, средством манипулирования людьми [17]. Вероятно, по этой причине происходит включение оксюморонов в пропагандистско-праздничный дискурс.

Семиотика визуальных материалов пытается провести аналогию между вербальным языком и языком визуальным. Проблема заключается в недискретности визуальных образов, трудности выделения более мелких единиц, схождения на уровень ниже, чем изображение в целом. При анализе предыстории и вскрытии подтекстов визуальных репрезентаций, филокартические образы выступают как источники информации об обществе в прошлом и настоящем.

В современных работах визуальный образ интерпретируется как сообщение, как текст [18-19]. Эпизод на открытке рассматривается нами не как факт, а как высказывание о фактах. Иллюстрированные подарочные карточки — это сообщения, обращенные к адресату (ко всем гражданам сразу и одновременно к конкретному гражданину и гражданке), и по этой причине являются высказываниями.

Чтобы приблизиться к пониманию логики автора и адресата, важно отразить многоэтапный процесс селекции материала для размещения на иллюстрированных подарочных карточках. С 1918 г. несколько раз предпринимались попытки к изданию открыток с поздравлениями с «Первым годом Октябрьской годовщины», «Вторым...» и др., но на рынке они не нашли спро-

са [20]. Визуальные оксюморонные сообщения ярко выражены на отечественных открытках, посвященных Первому мая. Возможно, специфика изображений во многом обусловлена историей праздника. В 1888 г. в Сент-Луисе съезд Американской Федерации Труда назначил 1 мая днем общенационального выступления за права рабочих. В 1889 г. I-й (Парижский) конгресс II Интернационала принял решение о ежегодном праздновании дня международной солидарности трудящихся (в память о героическом выступлении рабочих Чикаго в майские дни 1886 г.) и предложил ежегодно отмечать его демонстрациями с социальными требованиями. Рабочие России отмечают Первое мая с 1891 г. [21]. После победы Февральской революции 1917 г. Первое мая впервые праздновали открыто, миллионы трудящихся вышли на улицы с лозунгами большевиков. С победой Великой Октябрьской социалистической революции характер и содержание празднований изменились, 1 мая (по КЗОТУ РСФСР 1918 г.) и 2 мая (пост. ЦИК СНК СССР от 23 апреля 1928 г.) были объявлены нерабочими днями.

Открытки первых лет советской республики наглядно рассказывают, что в 1918 г. Первое мая объявлен праздничным днем: «1 Мая русские рабочие празднуют», а «заграничные рабочие должны поработать» (рис. 1). Автором изображения используется прием «картинка в картинке». Применен один из вариантов данного приема — раскадровка события на ключевые кадры, дополненная титлами с описанием самого события. В итоге адресат получает нарративный рассказ. Нам представлена жизнь в картинке, в которую автор сумел вложить метафорический смысл. Адресат получает логически выстроенное сообщение о том, какова ситуация в России и за рубежом сейчас и как она изменится в скором будущем.

На другой открытке мы уже видим события 1919 г. (рис. 2). Здесь 1 Мая — это праздничный день, нерабо-



Рис. 1. Картинка в картинке



Рис. 2. События 1919 г.

чий (согласно КЗОТу РСФСР 1918 г.), но ассоциированный с субботником. Весной 1919 г. коммунистические субботники возникли по почину рабочих, в ответ на призыв Центрального комитета Коммунистической партии ко всем организациям партии и ко всем профессиональным союзам «взяться за работу по-революционному» [22]. Субботники возникли в период Гражданской войны и военной интервенции в ответ на призыв В.И. Ленина улучшить работу железных дорог. Инициатором выступила партийная ячейка депо Москва-Сортировочная Московско-Казанской железной дороги [23]. Отмечая огромное историческое значение коммунистических субботников, В.И. Ленин назвал их «...сознательным и добровольным почином рабочих в развитии производительности труда, в переходе к новой трудовой дисциплине, в творчестве социалистических условий хозяйства и жизни» [24]. Две открытки рядом (рис. 1 и рис. 2) представляют собой яркое оксюморонное сочетание.

И уже в следующем 1920 г. на 1 Мая пролетариату в подарок преподносится планета: «Силен ты ныне, и нет сильнее тебя, и не будет. Твои владенья необъятны. Ты — царь мира» (рис. 3). Субъект наделен такой свободой, богатством, физической силой и силой воли, что волен и способен бесплатно работать в выходные дни. В открытке используется оксюморон «пролетариат — это царь».

Как правило, изображение на открытках сопровождается словесным комментарием, то есть коммуникация представляет собой сложный акт, состоящий из невербальной и вербальной части. Но при рассмотрении некоторых экземпляров речь может идти о «маргинальных» жанрах, лежащих на стыке словесной и визуальной образности. Для выражения риторических форм используется не только грамматика вербального языка, а целый набор эстетических и визуальных средств. С одной стороны, можно предположить, что таким образом автор

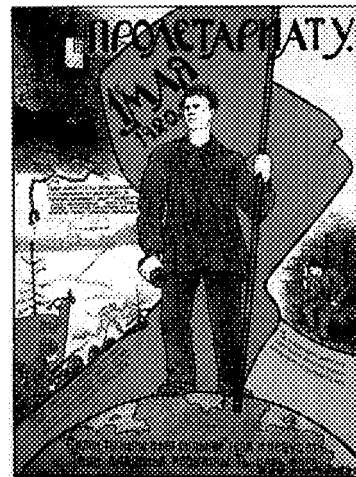


Рис. 3. Оксюморон «пролетариат — это царь»

обращается к адресатам, которые, по его мнению, больше склонны к восприятию слов, чем визуальных образов в их классическом понимании. С другой стороны, объективную трудность представляет собой создание исключительно зрительной композиции, в которую была бы включена солидарность «днем и ночью, по будням и выходным, без нормированного рабочего дня» (рис. 4). Через открытку передается идея: трудящиеся Советского Союза в день 1 Мая выражают свою солидарность с революционной борьбой трудящихся капиталистических стран, с национально-освободительным движением, выражают решимость отдать все силы борьбе за мир, за построение коммунистического общества. Вербальные средства дополняются колористическим решением через применение красного цвета.



Рис. 4. Зрительная композиция

Ученые пишут, что идеологическая подоплека Первого мая, политические праздничные лозунги появились в 30-е сталинские годы [25]. Скорее, в этот период оформляется специфическая мировоззренческая система, включающая в себя политические, правовые, экономические и прочие взгляды и ценности — идеология. В это время и гораздо позже для ее массового внедрения используется целый арсенал вербальных и визуальных средств социально-психологического воздействия (при-

мечательно, что в изображении весны отсутствует зеленый цвет, 1946 г.) (рис. 5). Перед нами снова оксюморон, на этот раз двойной: вербальный («красная весна», далеко не синоним архитропического «красивая весна») и визуальный (весна не зеленая).



Рис. 5. Оксюморон двойной, вербальный

15 октября 1958 г. объявлено о Всесоюзном соревновании за звание «бригад коммунистического труда». Стахановское движение сталинских времен уже не действовало, и было изобретено очередное средство внеэкономического принуждения, хрущевская попытка активизировать рабочих. Для яркости снова используются оксюмороны. «Работай хорошо!» — семантически и стилистически правильная побудительная конструкция, но она не находит места на иллюстрированной карточке. В вербально-визуальную композицию помещается броское и противоречивое «Работай по-коммунистически!» (1959 г.), что знаменует собой новый трудовой феномен.



Рис. 6. Средство внеэкономического принуждения

Пропаганда ведется «идеологически правильно» при использовании средств невербальной и вербальной коммуникации. Появляется «Марш коммунистических

бригад» (1958 г., музыка А. Новикова, слова В. Харитонов, исполняет А. Розум). В песне оксюморонно характерно подчеркнута противоречивость сливаемых в одно значений. Во фразе «трудовые будни — праздники для нас!» заложена тонкая двусмысленность и парадокс, фундаментальная диалектика сходства и различия. Примененная стилистико-семантическая фигура позволяет раскрыть сущность явления, подчеркивает его сложность и противоречивость.



Рис. 7. Раскрытие сущности явления

В реализации ленинского плана монументальной пропаганды участвовала В.И. Мухина. Работа скульптора «Рабочий и колхозница» (1937 г.) из нержавеющей стали была названа «эталон социалистического реализма» [26]. Известная скульптура-символ переключалась на плоскость, ее изображения стали очень популярны. В праздничном поздравлении (рис. 7) в формате двухмерного пространства репрезентируется не солидарность пролетариата разных стран, а трудовое единство советских женщины и мужчины. На открытках демонстрируется трудовое «равноправие» и трудовое «равнодоличество» гражданина и гражданки. Это демонстрируется публичная сфера. Здесь в очередной раз раскрывается не только поздравительная, а «иная «открыточная» ипостась — пропаганда» [27]. Здесь боль и страдание человека не презентуются, физический труд не демонстрируется как тяжелая работа. Общественные интересы ставятся выше собственных, а повседневная «работа по дому» в реальной повседневной жизни будто вовсе отсутствует.



Рис. 8. Открыточная ипостась — пропаганда

Скрещивание идеографиков (графических образов) — молота и знака доллара — является силовым узлом одной из современных композиций (рис. 8). Из привычного идеографического монолита «серп и молот» серп как орудие труда исключен. Так подчеркивается, что агротехнический комплекс не является средством обогащения и сам нуждается в дотации. Актуальность «реабилитации» сельского хозяйства как экономической категории ознаменована реализацией в последние годы приоритетного национального проекта «Развитие АПК» [28]. На карточке идеографически взаимосвязываются не труд рабочего с трудом крестьянки, а труд — с последующим материальным вознаграждением в валюте. Соединение двух идеографиков выступает как оксюморон, отображающий несовместимость труда советского рабочего и американских долларов на фоне красного знамени (т.е. в условиях социализма). Через противоречие актуализируется интернационализация рефлексии ценности денег как результата, а не труда как самоцели. Значимость валюты подчеркивается через масштабирование: размеры молота и доллара одинаковы. Перед нами отображение переходного исторического момента: привычный фон (красное знамя) и 50%-ное изменение символики и титла на стяге.

Написанное с грамматической ошибкой слово «заработанной» представляется уже не только нарушением правила правописания. В структуре целого изображения визуальный образ «заработанной» модифицируется и подвергается семантической (смысловой) трансформации. Теряется лексическая процессуальность причастного, слово по-другому выглядит и приобретает новое значение, что влечет за собой изменение в понимании. Через изображение адресат получает сообщение о ценности заграничных денег, причем не заработанных в привычном смысле слова (зарабатывать серпом и молотом), а «заколотенных» (молотом). Через грамматическую ошибку в карточке как конечном продукте типографского производства ставится под сомнение профессионализм любого субъекта, «заколачивающего» деньги (в частности, малограмотного «нового русского»).

Традиционно в визуальном анализе фигуры, расположенные слева, трактуются как субъекты в логическом смысле, они отображают сложившуюся ситуацию. В структуре визуального сообщения перекрещенные символы, расположенные слева, выражают начало и во временном смысле, и в смысле причины (сначала работа и, главное, валюта, так как знак американского доллара перекрывает молот; потом — праздник и всяческий успех). По отношению к идеограммам, размещенным слева, визуалы, расположенные справа, в логическом

смысле являются предикатом (конечная цель — успешность).

На колористическую гамму изображения в немалой степени оказывает влияние «цветовая культура общества», т.е. выработанные временем национальные стандарты восприятия цветов. Желтый: в Америке — процветание, в России — солнечность и разлука [29]. В семиотике дорожного движения желтым маркируются предупреждающие знаки [30]. На доллар и молот падает какая-то новая, «другая» серая тень, не совпадающая очертаниями с серыми волнами на кумаче. Психологически не продумано (продумано?) колористическое решение «фон — образ». В современной рекламе, согласно цветовой иерархии, среди 25 цветовых сочетаний «желтый на красном» располагается на самом последнем, 25-м месте по степени ухудшения восприятия [31].

Основные ошибки современного автора карточки заключаются в цвете и грамматике, причем последние раньше встречаются только в переходный для России период — в самые первые годы советской власти (и то исключительно редко). В конечном итоге и визуальный анализ, и интуитивное восприятие позволяют заключить следующее. При всей социально-экономической обоснованности авторской идеи визуальное сообщение в форме поздравительной открытки (рис. 8) вызывает у адресата ответную реакцию — сомнение.

В современном мире Первое мая традиционно отмечается как пролетарский праздник солидарности. В нашей стране руководство сверхдержавы XX в. поднялось на трибуну Мавзолея Ленина для проведения 1 мая 1990 г. последней официальной первомайской демонстрации. В России в 1992 г. Международный день солидарности трудящихся был переименован в праздник Весны и Труда.



Рис. 9. «Трудолюбивой пчелке»

Появляются иллюстрированные подарочные карточки, изображение на которых не позволяет с полной достоверностью определить, предназначены они для да-

рения на 1 или 8 марта (рис. 9 и рис. 10), хотя на первой акцентирован гендерный аспект (экономическая выгода от трутня не очевидна). Вторая из-за гламурности изображения, с одной стороны, более предполагает преподнесение/посылание женщине, с другой — весна предполагает чувственность также и для мужчин (в композицию включены две бабочки, пара).

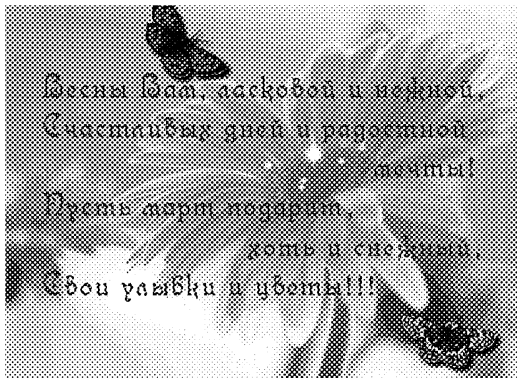


Рис. 10. Иллюстрированная подарочная карточка

Судя по следующему изображению (рис. 11), Первое мая — это праздник гораздо больше весны, чем труда.



Рис. 11. Иллюстрированная подарочная карточка

Если же день репрезентуется как праздник труда (рис. 12), то в первую очередь это все-таки праздник.

Но россиянами Первое мая зачастую используется для проведения митингов и демонстраций с выдвижением политических требований.

Таким образом, советское общество с помощью средств визуально-вербальных коммуникаций строит собственный миф «вся жизнь — борьба», который зада-



Рис. 12. Репрезентация дня как праздника труда



Рис. 13. Построение визуального пространства
ет структуры построения визуального пространства. Советский миф акцентирует трудовой энтузиазм, согласно которому люди перманентно находятся в состоянии не прекращаемой стройки века. Выделяется внутренняя составляющая мифа: «борьба за качество»; внешняя составляющая — «борьба за мир». Советские рабочие и крестьянки («получеловеки-полубоги») через «трудовые подвиги» и «трудовые победы» способны «сказку сделать былью» в глобальном масштабе. В постсоциалистическом обществе отношение к труду индивидуализируется, характер празднований и поздравлений перемещается из публичной сферы в приватную.

Для правильной интерпретации филокартических идеографов, а также их составляющих необходимо движение по герменевтическому кругу между частями и целым (при рассмотрении герменевтики в широком смысле — как науки об интерпретации культурных проявлений человеческой деятельности). В контексте данной статьи визуальный анализ — метод, основанный на совмещении подходов контент-анализа, семиотики, дискурс-анализа, лингвостанализа и нарративного анализа, применяемый для изучения такого вида визуальной репрезентации как иллюстрированные подарочные карточки.

Литература

1. Ларина А.Н. Документальная открытка конца XIX – начала XX вв. как источник по истории и культуре Москвы <http://philcartist.narod.ru/ARTICLES/articles67.html>.
2. Забочень М.С., Таггин Н.С. Большая советская энциклопедия. - М., 1977. Т.27. - С. 408.
3. Филокартия железнодорожная // Железнодорожный транспорт: энциклопедия / Гл. ред. Н.С. Конарев. - М., 1994. - С. 486.
4. Словарь русского языка: в 4-х т. / Под ред. А.П. Евгеньева, Г.А. Разумникова. 4-е изд. Т. IV. - М., 1999. - С. 564–565.
5. Курков К.Н. Герб в альбоме (Геральдика и филокартия) // Гербовед. 2000. - № 49 (ноябрь).

6. Филина МД, Забочень МС «Я к Вам пишу...». Пушкиниана на открытках XIX-XX вв. / Сост., вступ. ст. и послесл. - М, 1999. - С. 5.
7. The Collins English Dictionary. 2000. <http://www.WordReference.com>.
8. Ларина АН. Документальная открытка конца XIX – начала XX вв. как источник по истории и культуре Москвы: Автореферат на соис... канд. историч. наук. - М, 2004.
9. Шестимиров АА. Из истории открыток: забытые карточки и методы их изготовления <http://philocartist.narod.ru/ARTICLES/articles46.html>.
10. Родионова АЕ. Открытка как феномен художественной культуры: Автореферат на соис... канд. филос. наук. - М, 1995.
11. Виртуальный почтамм. Real Cards.ru <http://forum.realcards.ru/> Антикварный Интернет. Краткая история открытки http://www.obook.ru/index.php?action=show_articles&subid=59.
12. Сысцев В. Нелинейные мыслительные конструкции <http://bor.satcomtel.ru/klassika/misc/unlin.html#Оксюмороны>.
13. Розенталь ДЭ, Теленкова МА. Словарь-справочник лингвистических терминов. М., 2001. С. 241.
14. Николаев ПА. Словарь по литературоведению. 2004 <http://nature.web.ru/litera/6.4.81.html> Википедия. Свободная энциклопедия <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%BA%D1%81%D1%8E%D0%BC%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD>.
15. Фундаментальная электронная библиотека. Русская литература и фольклор <http://feb-web.ru/feb/litenc/encyclop/le8/le8-2701.htm>.
20. Крыжук Н. «Да» и «нет» Николая Пунина // «Звезда». 2002.
21. Сысцев В. Нелинейные мыслительные конструкции <http://bor.satcomtel.ru/klassika/misc/unlin.html#Оксюмороны>.
22. Репин Е., Репина Н. Утешительный гипноз оксюморона <http://www.terminomika.ru/data/library/authors/trup.html>.
23. Барт Р. Фотографическое сообщение // Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. - М., 2003. - С. 378-392.
24. Бойцова О. Фотоальбом как текст // Визуальные исследования. <http://www.visualresearch.ru/russian.html>; Бойцова О. Структура фотографического сообщения (семиотика любительской фотографии) // Вторая Конференция по визуальности (7-9 апреля 2005). Программа и тезисы. <http://kogni.narod.ru/visual2.htm>; Идеологическое оружие: Прикладное исследование семиотики визуальных образов в агитации и пропаганде <http://newideology.ru/theory/8/ideologicheskoe-oruzhie>.
25. Чанкина М. Рождественская открытка под гнетом советской цензуры // История филокартии http://collection.ng.ru/collect/1999-12-18/6_censor.html.
26. Фролов Ю. Столкновение на Сенном рынке: [из истории международного праздника 1 Мая: кровавое столкновение рабочих с полицией в Чикаго 120 лет назад] // Муниципальное учреждение культуры «Централизованная библиотечная система» Сорковского района г. Нижний Новгород.
27. История социалистической экономики СССР. В 7 т. Т.1 М.: Наука, 1976. С. 364.
28. Большая советская энциклопедия <http://bse.sci-lib.com/article063459.html>.
29. Ленин В.И. Полн. собр. соч. 5 изд. Т. 39. - М., 1958-1965. - С. 18.
30. Фролов Ю. Столкновение на Сенном рынке: [из истории международного праздника 1 Мая: кровавое столкновение рабочих с полицией в Чикаго 120 лет назад] // Муниципальное учреждение культуры «Централизованная библиотечная система» Сорковского района г. Нижний Новгород http://libnm.ru/component/option,com_marc/task,view/id,48373/Itemid,55.
31. Стрыгин А. Социология и психология филателии. Мысли об общем и частном http://collection.ng.ru/misc/2001-05-04/2_sociology.html.
32. Курков КН. Герб в альбоме (Геральдика и филокартия) // Гербовед. 2000. - № 49 (ноябрь).
33. Приоритетный национальный проект «Развитие агропромышленного комплекса» <http://gov.cap.ru/bierarchy.asp?page=/19/168152/295297>.
34. Психология цвета в рекламе http://www.advesti.ru/publish/psibolog/200405_color2.
35. Наглядная агитация и информация. Основные приемы композиционных и цветовых решений <http://www.nankk.ru/history/history04.html>.
36. Психология цвета в рекламе http://www.advesti.ru/publish/psibolog/200405_color2.

Материал поступил в редакцию 14. 04. 2009